

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA**  
**COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA**  
**COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA**  
**PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE HOMOLOGADA**

**I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

1. Unidad Académica (s): Facultad de Ciencias Administrativas  
Facultad de Contaduría y Administración  
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales

2. Programa(s) de estudio:(Técnico, Licenciatura (s)): Licenciatura en Informática. 3. Vigencia del plan: 2009-2

4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje: Comercialización de las TICS. 5. Clave 11878

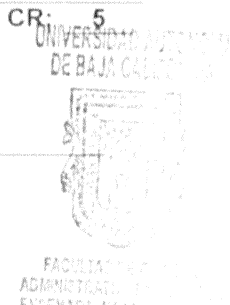
6.- HC: 2 HL: \_\_\_\_\_ HT: 1 HPC: \_\_\_\_\_ HCL: \_\_\_\_\_ HE: 2 CR: 5

7. Ciclo Escolar: 2013-1

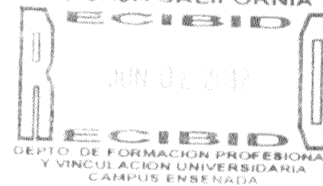
8. Etapa de formación a la que pertenece: Terminal

9. Carácter de la Unidad de Aprendizaje: Obligatoria: X Optativa: \_\_\_\_\_

10. Requisitos para cursar la Unidad de Aprendizaje: Ninguna



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA



I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN (Continuación)

Programa (s) de estudio: (Técnico, Licenciatura (s)) Licenciatura en Informática Vigencia del plan: 2009-2

Nombre de la Unidad de Aprendizaje: Comercialización de las TICS Clave: 11878

HC: 2 HL:        HT: 1 HPC:        HCL:        HE: 2 CR: 5

Firmas Homologadas

Fecha de Elaboración: 9 de Marzo de 2012

Formuló:

M.A. Jorge Morales Garfias(TIJ)

Vo.Bo. Dr. Daniel Muñoz Zapata  
Cargo: Subdirector,  
Facultad de Contaduría y Administración Tijuana

M.T.I.C. David Martínez Orzuna(ENS)

Vo.Bo. M.P. Eva Olivia Martínez Lucero  
Cargo: Subdirectora,  
Facultad de Ciencias Admvas. y Sociales Ensenada

I.T.I. Edgard José Maria Burgueño Ochoa(MXL)

Vo.Bo. M.A. Ernesto Alonso Pérez Maldonado  
Cargo: Subdirector,  
Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali

## II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO

Esta materia se encuentra en la etapa terminal, es obligatoria. Tiene como propósito, propiciar en el estudiante la utilización de las tecnologías de información en las organizaciones que detonen el crecimiento económico y optimización de recursos. Con visión creativa y responsabilidad.

## III. COMPETENCIA (S) DEL CURSO

Aplicar el proceso de comercialización a través del estudio y análisis de estrategias, utilizando las herramientas conceptuales, metodológicas y técnicas con el fin de diseñar proyectos de comercialización de las TICS y generación de planes de distribución logística del bien o producto.

## IV. EVIDENCIA (S) DE DESEMPEÑO

Presentar un documento donde se sustente las posibles alternativas de un proyecto de comercialización de TIC así como la logística de los bienes y productos.

## V. DESARROLLO POR UNIDADES

### Competencia

Analizar los fundamentos de comercialización, mediante la aplicación de un modelo de negocio, para identificar oportunidades comerciales con responsabilidad, actitud y sentido crítico.

### Contenido

**Duración** 8 horas

#### **Unidad I. Fundamentos de comercialización.**

- 1.1. Detección de Necesidades.
- 1.2. Identificación de Mercado.
- 1.3. Identificación de Fuerzas Competitivas.
- 1.4. Identificación de la cadena de Valor Agregado.
- 1.5. Identificación de Costos.
- 1.6. Esquemas financieros públicos y privados.

## V. DESARROLLO POR UNIDADES

### Competencia

Definir los fundamentos en el entorno económico de los negocios, mediante la descripción de los conceptos en un entorno comercial para identificar un mercado potencial con voluntad, respeto y compromiso

### Contenido

Duración

8 horas

#### Unidad II. Entorno económico de los negocios.

- 2.1. Conceptos de economía, negocios y comercio.
- 2.2. La economía como flujo circular de ingreso.
- 2.3. Micro y Macroeconomía.
- 2.4. Elementos Básicos de Oferta y Demanda.
- 2.5. Clasificación del comercio.
- 2.6. Características del comercio.
- 2.7. Responsabilidad de los negocios.

## V. DESARROLLO POR UNIDADES

### Competencia

Emplear la distribución logística en las organizaciones como soporte de entrega a través de una solución de negocio identificando los canales de distribución comercial, para definir las rutas óptimas de entrega, con responsabilidad, creatividad y ética.

### Contenido

Duración

7 horas

#### Unidad III. Distribución logística.

- 3.1. Definición de logística y distribución.
- 3.2. Principios de la distribución de logística.
- 3.3. Identificación de canales de distribución.
- 3.4. Aplicaciones de Distribución logística.
- 3.5. Desarrollo de caso práctico.

## V. DESARROLLO POR UNIDADES

### Competencia

Analizar las alternativas de la dirección de ventas, a través de la estructuración de un plan estratégico de ventas, para incrementar el éxito en el cierre de una propuesta comercial de negocio con responsabilidad, honestidad y compromiso.

### Contenido

#### Unidad IV. Dirección de ventas.

- 4.1. Definición de Dirección.
- 4.2. Definición de ventas.
- 4.3. Implementación de la dirección de ventas.
- 4.4. Definición de Proceso de Ventas.
- 4.5. Plan estratégico de largo plazo.

Duración

7 horas

## V. DESARROLLO POR UNIDADES

### Competencia

Ejecutar la dirección comercial mediante la implementación de planes estratégicos para la comercialización de bienes y servicios con responsabilidad social, voluntad y sentido analítico.

### Contenido

Duración

6 horas

#### Unidad V. Dirección comercial.

- 5.1. Explicación de lo que es la dirección comercial.
- 5.2. Implementación de la dirección comercial.
- 5.3. Definición de caso práctico.



## V. DESARROLLO POR UNIDADES

### Competencia

Diseñar un proyecto de comercialización a través de una estrategia de comercialización para obtener una solución comercial de negocio, con honestidad, trabajo en equipo, disciplina y orden.

### Contenido

Duración

6 horas

#### Unidad VI. Comercialización aplicada a las TIC's.

- 6.1 Elaboración de un proyecto de comercialización que incorpore TICS.
- 6.2 Diseño y desarrollo de comercialización de las TICS
- 6.3 Implementación de la comercialización de las TICS.

## V. DESARROLLO POR UNIDADES

### Competencia

Diseñar un proyecto de comercialización a través de una estrategia de comercialización internacional obteniendo una solución de negocio, con honestidad, trabajo en equipo, disciplina y orden.

### Contenido

Duración

6 horas

#### Unidad VII. Comercialización internacional de TIC.

- 7.1. Identificar el entorno comercial internacional.
- 7.2. Consideraciones legales internacionales en términos comerciales.
- 7.3. Identificar Aspectos Culturales, Económicos y Geográficos en el contexto comercial.
- 7.4. Desarrollo de caso práctico.

## VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS

No. de Práctica	Competencia(s)	Descripción	Material de Apoyo	Duración
1	Analizar los fundamentos de la comercialización de las TIC's.	Elaborar un diagrama de modelo de negocio, que identifique oportunidades comerciales.	Bibliografía, Equipo de cómputo.	3 horas
2	Aplicar los fundamentos de la comercialización de las TIC's.	Realizar un cuadro sinóptico con la clasificación y las características de los sistemas de información.	Bibliografía, Equipo de cómputo.	3 horas
3	Conocer los fundamentos del Entorno de los negocios.	Realizar una presentación que contenga los tipos de sistemas de información que se pueden encontrar en una organización.	Bibliografía, Equipo de cómputo, Proyector para exponer.	6 horas
4	Identificar las alternativas de la distribución logística.	Elaborar un caso práctico donde se muestre las ventajas y desventajas seleccionando una de las diferentes alternativas de distribución logística.	Bibliografía, Equipo de cómputo, Proyector para exponer.	3 horas
5	Proponer alternativas de la dirección de ventas y dirección comercial.	Analizar una situación específica presentada por el profesor, donde se proponga las alternativas de sistemas de información que den apoyo a la problemática.	Bibliografía, Equipo de cómputo, Proyector para exponer.	6 horas
6	Diseñar un proyecto de comercialización.	Elaborar una estrategia de comercialización que proponga alternativas a una solución de negocio.	Bibliografía, Equipo de cómputo, Proyector para exponer.	6 horas

## VII. METODOLOGÍA DE TRABAJO

- Exposición por parte del profesor.
- Investigación de temas innovadores relacionados con el contenido
- Exposición por parte del alumno
- Resolución de problemas en clase.
- Ejercicios extra clase.

## VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

<input type="checkbox"/> Evaluación parcial de las unidades	40%
<input type="checkbox"/> Participación activa durante las clases.	20%
<input type="checkbox"/> Exposición del caso práctico.	<u>40%</u>
	100%

## IX. BIBLIOGRAFÍA

## Básica

Los Activos intangibles y sus retos: Horizontes para los próximos modelos productivos.

Borja Barrutieta,  
Editorial Netbiblo, 2011  
ISBN: 9788497454865

Marketing, Innovación y Nuevos Negocios,

Javier Maqueda Lafuente,  
Editorial, ESIC, 2010  
ISBN: 9788473567169

Bussines Model Generation

Alexander Osterwalder / Yves Pigneur  
John Wiley, 2010  
ISBN: 0470876417

Electronic Commerce Strategies and Models for

Business-to-Business Trading,  
Paul Timmers.  
John Wiley / Sons, LTD, 2008  
ISBN: 0471498408

## Complementaria

La dirección de ventas

Artal Castells Manuel  
ESICS, 2006  
ISBN: 9788473564489

Dirección comercial

Los instrumentos de Marketing  
Casado Diaz, Ana Belèn Parreño Selva, Josefa Ruiz Conde  
Club Universitario, 2005.  
ISBN 9788484542841

NO SE ENCONTRO PUBLICACIÓN RECIENTE:

Administración :Un enfoque interdisciplinario  
Robles Valdés, Gloria.  
Pearson Educación de México S.A. de C.V., 2000  
ISBN: 968-444-421-4

## X. PERFIL DOCENTE

Se requiere Lic. en Informática o Ing./Lic. en Sistemas, con Maestría en área afín, un mínimo de tres años de experiencia laboral, preferentemente en comercialización de las tecnologías de la información y comunicación específicamente comercio electrónico.

Debe ser INNOVADOR: Crear y trabajar con materiales educativos para desarrollar mejor los contenidos de la materia a impartir.

Debe ser FORMADOR: Guiar, orientar, aconsejar y enseñar valores con su ejemplo de vida, para transmitirla a sus alumnos y estos sepan responder de una manera asertiva a los problemas que se suscitan en la sociedad.

Debe ser INFORMADO: Manejar a la perfección los contenidos de su área y nivel, a la vez conocer las técnicas y estrategias para mejorar el aprendizaje en sus alumnos.

Debe ser ACTUALIZADO: Buscar constantemente adquirir más información de la ya conocida para estar al día en la preparación de sus clases. La vez conoce las últimas técnicas e innovaciones pedagógicas que necesitan nuestros alumnos para el dúo enseñanza aprendizaje.

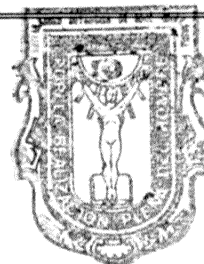
Debe ser PROACTIVO: Mostrar iniciativa en la ejecución de su clase, trabajo y de sus funciones como profesor. Ser independiente y autónomo.

Debe ser RESPETUOSO: Buen clima institucional, estableciendo relaciones con sus pares y la entidad educativa. Respetar ideas.

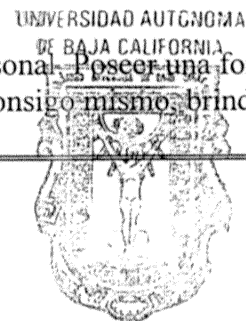
Debe ser ORGANIZADO: Realizar sus tareas docentes sincronizando tiempos y espacios que no afecten su desempeño laboral. Planificar su sesión de clase con tiempo.

Debe ser PARTICIPATIVO: Estar inmerso en las actividades, preguntar, dar ideas, opinar, sentirse parte del equipo de trabajo, identificarse con la institución, mejorar la imagen del colegio.

Debe ser RESPONSABLE: Reconocer el trabajo como acción que le ayuda en su desarrollo y realización personal. Poser una formación básica para el trabajo, que le permita ser útil. Buscar siempre dar lo mejor de sí mismo, siendo eficiente y exigente consigo mismo, brindando servicios de calidad.



FAULTAD DE CONTADURIA  
Y ADMINISTRACION  
TIJUANA, B.C



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA  
FAULTAD DE CONTADURIA  
Y ADMINISTRACION  
TIJUANA, B.C